

УДК 32.324

**Валеев Х.А.***Центральная избирательная комиссия Республики Башкортостан, г. Уфа***КОММУНИКАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ**

*Аннотация.* В статье рассматривается деятельность Центральной избирательной комиссии Республики Башкортостан и применяемые в ее практике коммуникационные ресурсы в целях информационного обеспечения выборов. Проведен анализ актуальных проблем развития информационного общества в условиях изменений в общественно-политической сфере современного российского государства. Автором обобщен опыт взаимодействия со средствами массовой информации Центральной избирательной комиссии Республики Башкортостан в ходе досрочных выборов Президента Республики Башкортостан 14 сентября 2014 г. Выявлены факторы повышения эффективности использования коммуникационных ресурсов в политико-правовом процессе выборов.

*Ключевые слова:* коммуникационные ресурсы, избирательная кампания, средства массовой информации, Башкортостан.

**Kh. Valeyev***Central Election Commission of the Republic of Bashkortostan***COMMUNICATION OPENNESS AS A FACTOR OF OPTIMIZING  
STATE AUTHORITIES ACTIVITY**

*Abstract.* This article describes the activities of the Central election commission of the Republic of Bashkortostan and communication resources it applied in order to provide information support for elections. The current problems connected with Russian information society development under the conditions of socio-political changes are considered. The author generalizes the experience of interaction between the Central election commission of the Republic of Bashkortostan and mass media during the preterm President of the Republic of Bashkortostan election on September, 14, 2014. Some factors have been revealed to raise the efficiency of using communication resources in election process.

*Key words:* communication resources, election campaign, mass media, Bashkortostan.

В современной жизни информация как никогда оказывается инструментом власти. Развитие технологий меняет свойства информационного пространства власти. Использование коммуникационных ресурсов позво-

ляет создать оптимальные условия для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, общественных организаций. Это в свою очередь повышает уровень политической культуры общества и

способствует развитию демократии, поскольку расширяется сфера механизмов, с помощью которых граждане могут реально выразить свои интересы, потребности, убеждения, взгляды и тем самым влиять на процесс принятия политических решений. Господство информационных технологий способно решительно изменить всю общественную жизнь, однако направленность этих изменений до сих пор остается неочевидной и дискуссионной. Более того, в самих дискуссиях на эту тему косвенно проявляется борьба за власть в современном обществе, поскольку власть в информационном обществе в решающей степени определяется способностью порождать, манипулировать и интерпретировать смысловые значения.

Коммуникация и власть – взаимосвязанные, но концептуально самостоятельные феномены. Необходимо отметить, что в существующих парадигмах имеет место стремление установить иерархию между этими понятиями. Первая из них выражена в научных взглядах Карла Дойча (1912–1992), основоположника коммуникативно-кибернетической парадигмы в политологии. К. Дойч отмечал, что коммуникация – это техническая составляющая политической власти [1, с. 24–28]. По его мнению, если информационный обмен в государстве происходит быстро, с минимальными потерями и искажениями, то политическая система данного государства эффективна. В случае если информационные каналы обладают плохой пропускной способностью, то политическая система нуждается в реформировании. Другая парадигма предполагает, что коммуникация определяет

специфику всех общественных структур, в том числе и властных. Согласимся с мнением современного исследователя А.И. Соловьева, который считает, что до XX века коммуникация была только технической составляющей власти, но лишь с появлением и усилением роли средств массовой коммуникации ее значение возрастает [2, с. 116–123]. Несмотря на значительное количество научных исследований, посвященных проблемам функционирования политической коммуникации, характеристике отдельных видов политико-коммуникативных технологий, таких как информирование или связи с общественностью («публик рилейшнз»), требуется уточнение целого ряда аспектов, связанных с интерпретацией сущности политико-коммуникационных технологий и определением их роли в деятельности органов государственной власти.

Федеральный закон (2002 г.) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» содержит понятие «информационное обеспечение выборов». Емкое и многогранное, данное понятие включает в себя не только виды распространения информации о выборах в период избирательной кампании и является одной из гарантий (механизмом реализации) избирательных прав граждан Российской Федерации, но и предполагает реализацию политическими акторами своих намерений и действий в период политической борьбы. На наш взгляд, информационное обеспечение избирательного процесса – это ограниченная временными рамками системная информационно-агитационная деятельность

участников избирательного процесса, предполагающая регулирование отношений, складывающихся в сфере сбора, обработки, производства и распространения специальной информации, касающейся выборов, их гласности и прозрачности, реализации интересов и прав граждан, и побуждающих их к осознанному волеизъявлению.

Нормативно-правовой акт регламентирует два вида специфической информации: информирование избирателей и предвыборную агитацию. При этом информирование избирателей (всех участников избирательной кампании) должно отвечать принципам достоверности, объективности и беспристрастности, т. е. равного подхода ко всем кандидатам, политическим партиям, избирательным блокам. К предвыборной агитации федеральное законодательство не предъявляет перечисленных требований. Средства массовой информации (СМИ) не являются субъектами агитационной деятельности, а лишь предоставляют эфирное время и печатную площадь для размещения агитационных материалов или проведения совместных агитационных мероприятий.

В условиях глобализации политического пространства использование компьютерной коммуникации привело к кардинальной модернизации государственного управления. В условиях развития информационного общества, изменений в общественно-политической сфере все актуальнее становится перспектива «электронной демократии». Распространение получили веб-сайты органов государственной власти, веб-страницы политических партий и общественно-политических

организаций. Однако, необходимо отметить, что на современном этапе официальные веб-сайты некоторых политических акторов практически не учитывают потенциал коммуникативных технологий в социально-политическом устройстве общества. В силу этого в условиях трансформирующегося информационного общества Интернет-представительство органов государственной власти как способ информационного взаимодействия государства и общества является наиболее оптимальным при модернизации государственного управления в области развития институтов прямой демократии.

Интернет в современных условиях используется в качестве социального конструктора виртуальных сообществ, который становится реальным, а также универсальным инструментом социально-политического проектирования. Целью создания официального сайта органа государственной власти является обеспечение всех видов политической коммуникации максимально эффективными способами, что требует использования комплекса коммуникативных средств для информирования населения о стратегии их действий. Целесообразность введения официальных веб-сайтов подтверждается реализацией бесперебойной обрточной связи.

При взаимодействии органов власти с общественностью личные контакты и информирование через документооборот, которые занимают определенное время, замещаются Интернет-коммуникативными средствами с их ключевыми характеристиками: интерактивностью, глобальностью, открытостью. Официальный

Интернет-сайт Центральной избирательной комиссии Республики Башкортостан (ЦИК РБ) выступает в качестве основного коммуникационного ресурса для сетевой организации деятельности государственного органа, равно как и эффективного управления избирательным процессом, поскольку обеспечивает доступ участников избирательного процесса (политических акторов) к информационным ресурсам.

Особую значимость в рассматриваемом нами контексте приобретает вопрос регулирования СМИ и воздействия последних на общественное мнение. Если исходить из того, что использование информации напрямую связано с проблемой управления, то средства массовой информации, рассчитанной на массовое потребление, можно рассматривать как особую социально-информационную систему, выполняющую функции ориентации. Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду, что эти изменения влияют не только на условия жизни, но, прежде всего, на способ мышления и систему восприятия современного человека. СМИ представляют собой модус, который обнаруживает свое воздействие во всех сферах жизни [3, с. 23; 4, с. 100–115]. В период избирательных кампаний ЦИК РБ, понимая всю значимость ресурса СМИ, тесно взаимодействует с ними и участниками общественно-политического процесса. В основу взаимодействия заложены следующие принципы: объективное освещение избирательных кампаний; достовер-

ность распространяемой информации; соблюдение равенства прав кандидатов и избирательных объединений; свобода деятельности организаций, осуществляющих выпуск СМИ.

Средства массовой информации стали надежным каналом информирования избирателей, способом гражданского контроля, обеспечения гласности и прозрачности избирательного процесса, средством предвыборной агитации. Практической основой исполнения плана по информационному сопровождению выборов стало взаимодействие ЦИК РБ с редакциями и журналистами. СМИ своевременно извещаются обо всех значимых событиях избирательной кампании, получают соответствующие пресс-релизы, интересующие их материалы. Центральная избирательная комиссия Республики Башкортостан имеет большой опыт взаимодействия со средствами массовой информации. Так, в период подготовки и проведения досрочных выборов Президента Республики Башкортостан информационно-разъяснительная работа ЦИК РБ проводилась в соответствии с планом совместных действий с Агентством по печати и средствам массовой информации Республики Башкортостан по информационному обеспечению досрочных выборов Президента Республики Башкортостан 14 сентября 2014 г.

План включал 33 крупных мероприятия информационного характера. По ходу избирательной кампании проводились дополнительные мероприятия по информированию избирателей с участием государственных СМИ. В соответствии с планом на сайте ЦИК РБ с начала избирательной кампании

было размещено более 350 информационных сообщений. На сайте ЦИК РФ постоянно публиковались сообщения из Башкортостана. По предложению ЦИК РБ на сайте информационного агентства «Башинформ» создан раздел «Выборы-2014». На основе материалов, предоставляемых Центризбиркомом, в этом разделе размещено 134 сообщения об избирательных кампаниях 2014 г.

На сайтах республиканских печатных изданий, включая молодежные СМИ, было размещено свыше 70 новостей о событиях избирательной кампании. По инициативе ЦИК РБ были подготовлены три информационных видеоролика о голосовании 14 сентября – «Порядок голосования», обращенный ко всем избирателям, «Голосование инвалидов», «Голосование молодых избирателей», которые демонстрировались на телеканале БСТ и муниципальном телеканале «Вся Уфа» в период с 28 августа по 14 сентября 2014 г. Информационно-разъяснительная работа проводилась ЦИК РБ совместно с республиканскими телерадиоканалами, филиалами всероссийских телерадиокомпаний, районными и городскими газетами, а также студиями муниципального телевидения и радио. В печатных СМИ публиковались интервью членов ЦИК РБ, председателей территориальных избирательных комиссий, информационно-аналитические материалы и статьи. В день голосования 14 сентября 2014 г. были проведены пресс-конференции и брифинги, также была организована работа информационного центра «Выборы-2014» с аккредитацией журналистов российских и республиканских СМИ.

Освещая избирательную кампанию, редакции строили свою работу в соответствии с Календарным планом ЦИК РБ (республиканские издания) и территориальных избирательных комиссий (местные издания). Именно через СМИ избирательные комиссии на местах доводили информацию о своей деятельности и ходе избирательной кампании до большинства избирателей, стимулируя электоральную активность граждан, формируя общественное мнение. Активно были задействованы как территориальные комиссии, так и местные печатные издания по информационному сопровождению выборов. Так, за период с июля по август 2014 г. во всех городских, объединенных и районных изданиях были опубликованы интервью председателя ЦИК РБ и его заместителя, председателей ТИК, проведены «прямые линии» председателей ТИК с участием представителей СМИ. Организаторы выборов на местах активно выходили в теле-радиоэфир с целью проинформировать население о предстоящем событии.

Всего с начала избирательной кампании на страницах республиканских газет опубликовано свыше 160 материалов на выборную тематику, в городских, районных и объединенных изданиях – свыше 2,5 тыс. публикаций, связанных с выборами Президента республики, депутата республиканского парламента и депутатов органов местного самоуправления. Взаимодействие ЦИК РБ со СМИ носит конструктивный и творческий характер, что позволяет максимально емко и доступно довести до избирателей полноценную и объективную информацию. Таким образом, в сравнении с преды-

дущими избирательными кампаниями в результате большей открытости и доступности ЦИК РБ и избирательных комиссий на местах, большей информированности журналистов об их деятельности, использования целого комплекса коммуникационных ресурсов с применением аудиовизуальных, текстовых форм информирования населения облегчило распространение официальной информации и отчетности, что в свою очередь способствовало увеличению количества активных участников в осуществлении государственного управления.

В качестве факторов повышения эффективности использования коммуникационных ресурсов в таком политико-правовом процессе, как выборы, можно выделить, во-первых, информацию, предоставляемую гражданам и другим участникам избирательного процесса, которая должна быть наиболее полной и объективной, во-вторых, источники информации,

которые должны быть достоверным для получателя, в-третьих, работу с населением, которая должна строиться на учете обратной связи, предполагающей хорошее знание своей аудитории. В-четвертых, максимально должны использоваться информационные технологии и медиа-пространство для широкого информирования населения о деятельности государственных органов.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Дойч К. *Нервы управления: модель политической коммуникации*. М.: Наука, 1993. 124 с.
2. Соловьев А.И. *Политология: политическая теория, политические технологии*. М.: Аспект Пресс, 2003. 559 с.
3. Урсул А.Д. *Информация и мышление*. М.: Знание, 1970. 50 с.
4. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / отв. ред. М.Н. Володина*. М.: МГУ, 2003. 460 с.